新媒体在广播电视新闻传播中的应用

摘　要：随着媒体种类和数量的增加，如今的媒体生态与之前单一的媒体环境有了很大的不同，新媒介的介入及其影响力的扩大，对传统媒体的发展造成了很大的冲击，从节目的制作模式，受众习惯的改变，再到媒体的经营之道，都有着显著的重塑作用。本文以电视台在新媒体时代的生存现状出发，分析了其与新媒体的诸多不同，最后针对广播电视新闻的传播提出了应对策略，以帮助电视媒体获得新的发展生机。

关键词：新媒体；广播电视新闻；应用策略
中图分类号：G22　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）04-096-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.04.037

文 / 闫永兰

在新媒体时代，媒介格局发生了翻天覆地的变化，传统媒体的影响力日渐式微，在媒介阵容中的位置逐渐被边缘化。在网络新媒体和社交媒体占据话语权的当下，需要重新审视和认知传统媒体的地位、作用和影响，从现状出发制定适合传统媒体发展的正确策略，归结到一点，就是要善于在传统媒体的信息传播过程中使用新媒体技术、手段和理念等，着力提升传统媒体的影响力。

1. 新媒体的特征与发展

1.1 新媒体定义

对于“新媒体”这一概念，清华大学新闻与传播学院教授熊澄宇认为，“新媒体”是“在计算机信息处理技术基础之上出现和影响的媒体形态。”美国著名的杂志《连线》认为，新媒体是所有人对所有人的传播。同时，有一些专家学者秉承这样的观点——新媒体就是互动式数字化的复合媒体。经过对这些定义的思考分析，概念对“新媒体”的界定都存在一定的片面性，有些定义本身太过于笼统宏大，有些定义并没有彻底理解并阐释出新媒体的“新”。概而言之，新媒体是指能够实时接收和传播新闻信息的媒介，建立在媒介技术高度发达的基础之上，改变了传统媒体环境下新闻的生产模式、传者和受者之间的关系，极大地提升了新闻的时效性；最大范围内的受众也可以参与到信息的传播过程中来，致使出现了“公民记者”；受众的反馈和互动在新媒体新闻传播者占据一席之地，媒介研究也开始越来越多地关注受众的作用和地位，将受众视作新媒体发展的重要推动力。此外，在新媒体的发展过程中，还体现出了运用成本低、受众面广、渗透力强等特点，是构成如今媒介生态的一支重要力量。

1.2 新媒体特征

新媒体的特征首先体现在“新”，“新”既包括形态的新变化，也包括内容的创新，还包含了自诞生起对整个媒介环境的革新作用，与之有关的一系列变化囊括在新媒体的外延中。要认识新媒体的含义及其产生的主要作用，还需从新媒体的特征谈起。

1.2.1 受众参与的平等性

新媒体的准入门槛低，只要满足一定的条件，人们都可以成为新媒体的使用者、信息传播者和接收者。在新媒体平台的驱使下，信息传播活动传者和受者之间的界限逐渐消失，在可以匿名的虚拟世界里，大家都是身份平等的人，在不侵犯版权的情况下，对信息有相同的使用权，都可以通过新媒体平台发表意见、交流看法、达成共识、促进合作。受众角色的转变在这一语境下非常明显，更好地满足了人们的知情权和信息传播的广度，是信息化社会的一个显著特征。随着信息化社会进程的加快，新媒体平等传播信息的功能将会得到进一步放大。

1.2.2 受众自主选择性增强

广义上讲，QQ、论坛、博客、网页、微信等都属于新媒体，这部分媒体涵盖了数量众多的受众，尤其是以青年群体为主的，已然成为信息消费的主要人群，他们日常活跃在这些新媒体平台上，从中选择他们需要的媒介工具，以获取衣食住行方面的信息，正是因为有了各种 APP 的存在，他们的生活充分信息化，就旅游信息的传播来说，受众可以从门户网站、旅游类 APP、新闻客户端、手机信息等多种渠道获得资讯，较之以往，提供某一领域专业信息的新媒体渠道更加多样，人们的自主选择性得到了大大提升，同时也增强了人们使用新媒体的满足感，提高了用户体验度。

1.2.3 带动价值观念的多元化发展

新媒体依存于网络技术和信息技术，高度发达的信息环境是其生存的土壤，在新媒体的促使下，诞生了与传统媒体环境下全然不同的思想观念和意识形态，人们的观念跟随互联网的发展更加开放，朝着兼容并蓄、中西贯通的方向发展。就日常用语的使用情况来看，一些英语和中文交汇形成的新词、网络用语、专业术语等频频出现，大受年轻人的欢迎。在开放化的媒介环境与多元化的信息内容中，受众如何明确认知方向也成为一个亟待解决的问题。因此，如何在多元的信息中凸显主流价值观念，促进社会主义核心价值体系的建立，进而增强民众的凝聚力，就显得非常重要。

2. 传统媒体与新媒体的区别

传统媒体和新媒体产生于不同的时代背景下，是两类不同的传播媒介。从宏观层面上来看，是两个传播时代的差别，除了一些同属传播介质共同的属性外，二者存在的不同主要体现在以下几点：

2.1 传播模式的不同

新媒体与传统媒体在传递新闻信息方面有着诸多不同，其中，与受众互动方面的差别是显而易见的一点。传统媒体的互动性差，这是由其传播的单向性决定的。传统媒体采用点对面的传播模式，信息下达容易，上传却难；到了新媒体时代，这一状况得到了很大的改善，一个人人可以是传播者、人人可以参与信息传播过程的时代因此到来。传者与受者之间的关系发生了重要转变，甚至发生了重合现象，即受者也就是传者，这源于新媒体技术的发达，导致传播模式的改变。

2.2 传播时效性上的差别

传统媒体传播信息存在时效性上的滞后，从新闻事件发生到信息广为人知通常要经过一定的时间，但是，与之不同的是新媒体在传播实效上有了大大的提高。随着传播技术的改善，“秒传播”越来越成为可能，这是新媒体异于传统媒体的一个显著方面，因此也导致出现了传统媒体影响力下降的情况，尤其是在一些突发事件的报道方面，广播电视媒体新闻报道速度落后于新媒体，受众的关注对象也从之前的电视新闻和广播新闻转移到了网络平台上。

2.3 传播内容上的差别

受报纸版面和电视、广播等播出时段的限制，四大传统媒体所传播信息的内容往往无法做到全面详尽，只能按照新闻价值的五大判别要素来甄选，从众多信息中选择意义较大的信息进行公开传播。在依存互联网生存的新媒体上，几乎所有的信息都能在第一时间得到传播，信息的种类丰富、容量较大、细节突出，能够较好地满足受众的知情权，与此同时，从接受信息中带给人们的娱乐享受也大大增加。

3. 新媒体在电视广播新闻传播中的应用

新媒体出现后，虽然对广播电视台的地位产生了消解，但是从长远来看不会取代其位置。对广播电视台来说，在运作新闻节目和生产新闻产品的过程中，还需借助新媒体的独特作用，扬长避短，发挥传统媒体的权威性，继续做好新闻报道工作。

3.1 发挥新媒体的传播优势

在新媒体兴盛的时代，广播电视媒体应创新传播方式，运用新媒体所擅长的多媒体表现手法，增强新闻报道的影响力。新媒体的一大特征是对信息表达方式的整合能力强，综合了报纸、广播、电视等传统媒介的特点，同时又进一步将文字、图片、声音、图像等信息合为一体，形成更为形象和直观的信息源，这使新闻本身变得更有感染力、吸引力和辐射力。另外，充分发挥新媒体的互动性，增加多向互动，对受众反馈积极进行回应。在利用新形式进行社会主义核心价值观传播的同时，还要摒弃以往僵化枯燥的形式，不能一味地说教，必须尊重新闻规律，与时俱进，不断创新，让人们在接受信息的过程中，使核心价值观通过丰富多彩、真实可信的新闻报道进入民众心中。

3.2 借鉴新媒体的思维优势

在新旧媒体融合的道路上，要不断探求传播内容的整合。总原则是增加生动活泼、可读性强的传播内容，增强新闻信息与社会主义核心价值观的贴近性，充分利用为受众普遍接受的生动活泼的生活化语言，甚至网络语言，增强语言的感染力，让社会主义核心价值观的传播真正“活”起来。还可以通过典型的示范作用引导、激励受众，挑选那些来自基层、来自生活的新鲜活泼生动的事例，让受众感受到社会主义核心价值的普遍存在，消除受众心中那种对社会主义核心价值体系理论空洞抽象的印象。这是广播电视媒体需要加大力度借鉴和参考的地方，重点学习新媒体的思维优势，做好新媒体环境下的新闻报道工作，增大新闻信息的广泛渗透性。

3.3 注重与受众的互动

媒介生态的一大显著变化是受众地位的提升，媒介更加注重与受众的交流、互动和反馈工作，包括央视在内的权威媒体在节目中都增加了“微信摇一摇”活动，吸引观众及时收看节目内容。可以说，互动性强是新媒体的特征之一，广播电视媒体可以借鉴这一点，在节目中增强与受众互动，增加受众反馈渠道，广泛采纳来自受众的言论，让他们在节目中找到参与感和存在感，这也是增加媒体亲民性的一条重要途径。未来，在新闻传播领域，受众的价值将有增无减，鉴于这一趋势的不可逆转性，广播电视媒体应高度重视，注重受众信息反馈和与受众互动的加强，体现新媒体时代传者和受者之间的新型关系，为做好当下的新闻报道奠定良好的受众基础。

结语

作为在不同的社会背景和时代背景中成长起来的传播载体，传统媒体和新媒体的特性一方面成就了它们在新闻信息传播史上的独特 地位，另一方面，自身存在的缺陷也对其传播效果和传播过程产生了不良影响。因此，在综合分析这些特点的基础上，推动传统媒体和新媒体的融合之路显得尤为迫切和重要，在这方面，包括一些主流媒体在内的传统媒体都已经采取了行动，并在今后一段时期内这种趋势将会持续。媒

参考文献

[1] 张文俊 . 数字新媒体概论「M]. 上海：复旦大学出版社，2011.

[2] 刘国良 . 纸媒转型与全媒体流程再造 [J]. 中国记者，2009（2）.

[3] 郭德艳 . 浅谈新媒体与传统媒体的关系 [J]. 魅力中国，2010（2）.

[4] 李里 . 传统广电媒体的新媒体之路 [J]. 现代电视技术，2012（1）.

（作者单位：山西广播电视台综合广播）